

## Unntakene fra forbudet mot alkoholreklame

Her er foreløpig informasjon om de viktigste endringene i alkoholforskriften som trådte i kraft 1. november 2015.

### Reklameforbudet gjelder fortsatt

Det er fortsatt forbudt å reklamere for alkoholholdig drikk og utstyr for tilvirking av alkoholholdig drikk.

Forbudet gjelder også reklame for andre varer med samme merke eller kjennetegn som alkoholholdig drikk. Slike varer må heller ikke inngå i reklame for andre varer og tjenester.

### Reklame defineres som "enhver form for massekommunikasjon i markedsføringsøyemed".

Det innebærer at all informasjon om alkohol fra en kilde med økonomiske interesser i salg av alkohol er forbudt, uavhengig av informasjonskanal. Svar på individuelle forespørsler omfattes ikke av forbudet.

"Markedsføringsøyemed" foreligger hvis avsenderen kan antas av å ha økonomisk interesse av å spre informasjonen og kan omfatte lenking, sponing og omtale av egne produkter. Det kan også være avgjørende hvordan omtalen er utformet (størrelse, plassering, alkoholpositive formuleringer).

Politiske ytringer (for eksempel debattinnlegg for alkoholreklame) omfattes ikke av forbudet.

**Reklameforbudet er medienøytralt.** Det omfatter alle tradisjonelle medier, sosiale medier, blogger, mobiltjenester (app'er) og muntlig informasjon.

### Unntak fra reklameforbudet

Tre hovedprinsipper ligger til grunn for de nye unntakene:

1. Unntakene omfatter kun nærmere definerte plattformer som forbrukerne selv aktivt må oppsøke.
2. All informasjon (både tekst og bilder) må være nøktern og faktabasert og ikke inneholde "alkoholpositive" budskap.
3. Unntakene er gjort for å gi forbrukere som ønsker det tilgang til nøktern informasjon, ikke for å gi produsenter osv. en ny markedsføringskanal.

Vi har kommentert de fleste unntakene som er relevante for BRODs medlemmer. Nye unntak av særlig betydning er merket **grønt**. Det som ikke er tillatt er markert i **rødt**.

# UNNTAKENE

## **Unntak 1: UTENLANDSK TRYKT SKRIFT**

Annonser i et utenlandsk trykt skrift som innføres til Norge, med mindre hovedformålet med skriftet eller importen er å reklamere for alkoholholdig drikk i Norge.

Flyplassmagasiner som Scanorama, faller i denne kategorien, selv om det også distribueres på innenriksfly og i stor grad henvender seg til et norsk marked.

Her er det tillatt å annonsere for norsk øl på lik linje med vin og brennevin.

## **Unntak 2: BRANSJETIDSSKRIFTER**

Informative annonser i bransjetidsskrifter og annen informasjon til bevillingshavere som ledd i den ordinære omsetningsprosess for alkoholholdige drikker.

Typiske eksempler er Dagligvarehandelen, Horecanytt og ProBeer. Målgruppen for bransjemagasiner må i det vesentlige være bevillingshavere etter alkoholloven og ansatte på salgs- og skjenkesteder.

Annonsering i mat og drikkemagasiner som henvender seg til forbrukerne er ikke tillatt.

## **Unntak 3: ANNONSER FOR SALGSSTED**

Annonser om salgssted, herunder nettsalgssted, eller skjenkested med informasjon om stedets navn, adresse og åpningstider samt bevillingsrettigheter. Tilsvarende informasjon kan gis fra salgs- og skjenkested på egne nettsider.

Det forutsettes at annonsen tilfredsstillende kravene til nøkternhet og saklighet.

Annonser kan ikke inneholde:

- Firmanavn eller logo for alkoholprodusent.
- Brandnavn.
- Bilder av alkohol / drikkesituasjoner.
- Priser eller hentydninger om prisnivået.
- Alkoholpositive formuleringer eller begreper som "Happy hour".

**Unntak 4: OPPLYSNINGSSKILT**

Opplysningskilt av lite format i umiddelbar tilknytning til salgs- eller skjenkested.

Navneskilt på et salgs eller skjenkested, f.eks. Grünerløkka Brygghus eller Gulating Ølutsalg er tillatt og omfattes ikke av denne bestemmelsen. Det er lov å sette opp mindre skilt i umiddelbar tilknytning til stedet, der det opplysts om skjenkerettigheter og åpningstider. Det er også lov å opplyse om at det er salgs- og skjenkesteder på et kjøpesenter.

For vertshus / gårdsutsalg kan det settes opp tilsvarende skilt ved innkjørsel / vei. **Slike skilt skal ikke være mer framtrepende enn tilsvarende skilt for andre virksomheter og ikke inneholde navn på spesifikke produkter. Her kan det heller ikke opplyses om skjenkerettigheter og åpningstider.**

**Unntak 5: MERKING AV SERVERINGSUTSTYR**

Merking av vanlig serveringsutstyr på skjenkested med alkoholproduzenters eller grossisters firmanavn og/eller firmamerke.

Med "vanlig serveringsutstyr" menes utstyr som har tilknytning til selve skjenkingen, f.eks. ølbrikker, glass, rørepinner, skjenkekorker, drinkemiksere, tappetårn og barmatter som brukes til skjenking og ligger lite synlig på innsiden av disken.

**Unntaket omfatter ikke menyer, skjenkekart, vannkarafler, kaffekopper, fyrstikkesker, askebegre, reservertkort, garderobemerker, t-skjorter, forklær, servitøruniformer, barmatter som ligger synlig på disken, pengebelter, parasoller og annet materiell som ikke er direkte tilknyttet skjenkingen.**

**Det er heller ikke tillatt å dele ut reklameartikler til bevillingshavere og forbrukere av typen penner, ballonger, fyrstikkesker, øljekker osv.**

**Unntak 6: INSITUSJONELL MERKING**

Merking av bevillingshavers kjøretøyer, emballasje, betjeningsuniformer o.l. med eget firmanavn og/eller firmamerke.

Unntaket gjelder firmalogoen til merking av biler, kontorbygninger, lagerbygninger, betjeningsuniformer, brevark og annonser som gjelder andre formål enn alkohol.

**Unntaket åpner ikke adgang til merking med produktnavn eller varemerke for alkoholholdig drikke og omfatter ikke serveringsuniformer.**

**Bruk av designelementer og farger som gir assosiasjon til alkoholholdig drikk eller spesifikke produkter er ikke tillatt.**

### **Unntak 7: REKLAME I UTENLANDSKE TV-KANALER**

Reklame i utenlandske fjernsynskanaler, når reklamen er i samsvar med reklamereglene i det land kanalen sendes fra. Unntaket gjelder ikke reklame i fjernsynssendinger som er spesielt rettet mot Norge.

Siste setning: Her er norske myndigheter på tynn is i forhold til EØS-lovgivningen, men Helse- og omsorgsdepartementet har varslet at de er rede til å prosedere det norske synet for EU-domstolen, hvis det reises sak mot Norge.

I Sverige vises det alkoholreklame rettet mot det svenske marked i TV-kanaler som sender fra andre land. Sverige har de siste fire årene forgjeves forsøkt å stoppe denne reklamen. Vi vil likevel råde norske aktører til å følge den linjen norske myndigheter legger opp til og ikke utfordre dette forbudet ved å kjøpe reklametid på f.eks. TV3, Max, Fem og Eurosport Norge.

### **Unntak 8: NØKTERNE IKKE-PRODUKTSPEKIFIKKE FAKTAOPPLYSNINGER OM ALKOHOLHOLDIG DRIKK**

Nøkterne ikke-produktspekifikke faktaopplysninger om alkoholholdig drikk, bl.a. om råvarer, tilvirkning, oppbevaring, bruksområder og serveringsmåte, herunder ikke-produktspekifikke bilder og andre illustrasjoner som framstiller alkoholholdig drikk, i massekommunikasjonskanaler som mottaker selv aktivt må oppsøke for å få denne informasjonen fra avsender.

Unntaket omfatter arenaer som forbruker aktivt oppsøker, dvs. hjemmesider, ølavldeinger i butikk, messe- og festivalområder. Det er ikke adgang til å dele ut brosjyrer, men publikum må aktivt be om dem eller finne dem i stativer i tilknytning til salg og skjenking av alkohol.

Det kan gis opplysninger om råvarer, tilvirkning, oppbevaring, bruksområder (i og til mat), serveringstemperatur og valg av glass.

Det kan ikke brukes salgsfremmende ord, uttrykk og bilder og gis positiv framstilling av alkohol. Informasjonen kan ikke være særlig fremtredende og det må ikke legges til rette for viderefremidling i andre kanaler.

Bilder som tillates er:

- Bildeutsnitt av ulike alkoholtyper for å vise fargenyanser, struktur o.l.
- Nøytrale bilder med alkoholliknende innhold ved siden av en matrett.
- Oversikts / interiørbilder, så fremt alkoholholdig drikk har en tilbaketrukket plassering.

Bilder som ikke tillates:

- Bilder som fremhever enkelte alkoholmerker eller – produsenter.
- Drikkesituasjoner, skåling osv.
- Flasker, glass og bokser med dugg

Unntaket omfatter ikke sosiale medier, app'er eller andre mobile tjenester eller annonser. De kan heller ikke gis av bransjeaktører som ikke selger alkohol, f.eks. delikatesseforretninger uten ølbevilling.

#### **Unntak 9: DRIKKEPAKKER OG REISEARRANGEMENTER**

Nøkterne ikke-produktspesifikke faktaopplysninger om at alkoholholdig drikk inngår i mat- og drikkepakke ved skjenkested eller at opplevelser knyttet til slik drikk inngår i reisearrangementer. Det kan ikke vises bilder eller illustrasjoner av alkoholholdig drikk.

Det er tillatt å annonsere for produktpakker (f.eks. tre retters middag med tilhørende øl), reisearrangementer, kurs osv. hvor alkohol inngår. Unntaket gjelder for skjenkesteder, reisearrangører, bryggeriomvisninger o.l. Informasjonen må være nøktern og ikke produktspesifikk.

Dagligvareforretninger kan ikke reklamere for ferdigpakkede leveranser med matvarer og alkohol. Det kan ikke gis opplysninger om prisfordeler.

#### **Unntak 10: VED NETTSALG**

Ved nettsalg: Nøkterne produkt- og prisopplysninger, herunder bilder av produktene på nøytral bakgrunn, i nettbutikk når opplysningene gis av AS Vinmonopolet som grunnlag for bestilling over nettet (nettsalg) eller innehaver av kommunal salgsbevilling for alkoholholdig drikk i gruppe 1 når bevillingen omfatter nettsalg. Opplysningene om den alkoholholdige drikken må ikke framheve drikken i forhold til andre produkter som omsettes i nettbutikken.

Dette gjelder kun i nettbutikk, for Vinmonopolet og innehavere av kommunal salgsbevilling med rett til nettsalg. Her gjelder de samme prinsippene for informasjon som under pkt. 14. Det viktigste nye unntaket er at det gis adgang til å gi nøkterne produkt- og prisopplysninger, herunder bilder av produktene på nøytral bakgrunn.

#### **Unntak 11: VED AUKSJON**

Ved auksjon: Nøkterne produkt- og prisopplysninger om produkter som skal auksjoneres bort, herunder bilder av produktene på nøytral bakgrunn. Slike opplysninger kan kun gis av AS Vinmonopolet eller auksjonshus som bistår selskapet og kun på deres hjemmesider eller etter forespørsel.

Dette gjelder kun for Vinmonopolet og auksjonshus som bistår Vinmonopolet. Her gjelder de samme prinsippene for informasjon som under pkt. 14. Det viktigste nye unntaket er at det gis adgang til å gi nøkterne produkt- og prisopplysninger, herunder bilder av produktene på nøytral bakgrunn.

### **Unntak 12: PÅ SALGS- OG SKJENKESTEDER**

På salgs- og skjenkesteder: Nøkterne produktspesifikke faktaopplysninger om de alkoholholdige drikkene som omsettes på stedet. Det kan gis opplysninger om pris, råvarer, tilvirkning, duft, smak, farge, serveringsmåte, oppbevaring og bruksområder samt vises bilder av produktene på nøytral bakgrunn. Produktspesifikt informasjonsmateriell i form av produktkataloger, -brosjyrer eller lignende, er ikke tillatt. Opplysningene om den alkoholholdige drikken må ikke framheve drikken i forhold til andre produkter som omsettes på stedet. På salgssteder må opplysningene plasseres i nær fysisk tilknytning til produktene. Skjenkesteder kan i menyen informere om hvilke alkoholholdige drikker som passer til de matrettene som serveres på stedet dersom det også oppgis alkoholfrie alternativer.

Her gjelder de samme prinsippene for informasjon som under pkt. 14. Det viktigste nye unntaket er at det gis adgang til å **gi nøkterne produkt- og prisopplysninger, herunder bilder av produktene på nøytral bakgrunn.** Dessuten:

- Dersom det benyttes bilder av alkoholholdig drikk, må også matrettene avbildes.
- Dersom man anbefaler alkoholholdig drikk, må man gi tilsvarende anbefaling for alkoholfritt.
- Menyer og oppslagstavler må ha et representativt utvalg av produkter, også alkoholfritt.
- På salgssteder må informasjonen plasseres fysisk nær produktene **(altså ikke ved ferskvaredisker, kasser etc.)**
- **Enkeltprodukter kan ikke framheves framfor andre, f.eks. på nedhengplakater eller annet reklamemateriell.**
- **Sameksporing av alkohol med andre varer (f.eks. ferskvaredisker) tillates ikke. Det gjelder også alkoholfrie- og alkoholsvake produkter med samme merkenavn som alkohol.**

### **Unntak 13: HJEMMESIDEN TIL SALGS- OG SKJENKESTEDER**

På hjemmesidene til salgs- og skjenkesteder: Nøkterne produktspesifikke faktaopplysninger om de alkoholholdige drikkene som omsettes på stedet, dersom det er en del av en fullstendig oversikt over produktene som omsettes på stedet. Det kan gis opplysninger om pris, råvarer, tilvirkning, duft, smak, farge, serveringsmåte, oppbevaring og bruksområder samt vises bilder av produktene på nøytral bakgrunn. Opplysningene om den alkoholholdige drikken må ikke framheve drikken i forhold til andre produkter som omsettes på stedet. Skjenkesteder kan i menyen informere om hvilke alkoholholdige drikker som passer til de matrettene som serveres på stedet dersom det også oppgis alkoholfrie alternativer.

**Det kan gis nøkterne produkt- og prisopplysninger, herunder bilder av produktene mot nøytral bakgrunn. Unntaket omfatter kun hjemmesider, ikke sosiale plattformer som Facebook, Twitter, Instagram osv.**

For skjenkesteder gjelder særlig:

- Alle drikker må presenteres likt, også alkoholfrie, slik at ingen drikker framheves framfor andre.
- Serveres det mat, må spisemeny publiseres på samme måte som drikkemeny.

- Hvis det vises bilder av alkoholholdig drikk, må også matretter og alkoholfrie drikker avbildes på samme måte.
- Hvis det anbefales alkohol til en matrett, må det også opplyses om alkoholfrie alternativer.

For salgssteder gjelder særlig:

- Hele utvalget av produkter må presenteres likt, slik at ingen produkter framheves framfor andre.
- Hvis det vises bilder av alkoholholdig drikk, må tilsvarende bilder vises for hele vareutvalget.
- Alkoholholdige produkter kan ikke framheves sammen med andre produkter, f.eks., sammen med oppskrifter, handleaviser og kundeaviser på hjemmesiden.
- Krysshenvisninger av typen "denne osten passer til dette ølet" eller "kunder som har kjøpt denne har også kjøpt denne" er ikke tillatt.

#### **Unntak 14: PÅ HJEMMESIDEN TIL PRODUSENTER OG GROSSISTER**

På hjemmesidene til produsenter og grossister: Nøkterne produktspesifikke faktaopplysninger om råvarer, tilvirkning, duft, smak, farge, serveringsmåte, oppbevaring, bruksområder og forhandlere, herunder produktbilder på nøytral bakgrunn, på følgende vilkår:

- Det gis tilsvarende opplysninger for øvrige produkter som er i produsentenes og grossistenes produktutvalg.
- Det gis opplysninger som er obligatorisk å merke produktene med etter forskrift 28. november 2014 nr. 1497 om matinformasjon til forbrukerne (Matinformasjonsforskriften). Ingrediensliste og næringsdeklarasjon bør oppgis hvis slik informasjon finnes.
- Det opplyses om skadevirkninger alkohol kan medføre.

Nærmere krav til innhold, utforming og plassering av opplysningene kan fastsettes av Helsedirektoratet.

Unntaket gjelder hjemmesider, ikke sosiale medier, app'er, blogger el.l. som er initierte og / eller finansiert av produsenter og grossister.

"Nøkterne produktspesifikke produktopplysninger" defineres som beskrivelse av:

- Råvarer, tilvirkning, duft, smak, farge, skum, serveringsmåte, oppbevaring og bruksområde.
- Hvem som forhandler produktene (salgs og skjenkesteder).
- Produktbilder på nøytral bakgrunn.
- Lenker til ytterligere produktopplysninger, dersom disse tilfredsstiller kravene til nøkternhet og saklighet.
  - Lenker og QR-koder til Vinmonopolets nettsider og norske salgs- og skjenkesteder er tillatt, hvis disse sidene er i pakt med forskriften.
  - Lenker til utenlandske leverandørers hjemmesider betraktes som kontaktopplysninger og er tillatt.
  - QR-koder til utenlandske produsenters nettsider vil normalt ikke tilfredsstille kravene mht bilder og beskrivelser, og er derfor ikke tillatt.

#### Formuleringer som tillates er:

- Etablerte smakskarakteristikker som "frisk", "fruktig", "lettdrikkelig", "kompleks", "fyldig", "hint av lakris", "lang ettersmak".

#### Formuleringer som ikke tillates er:

- Reklamepregede uttrykk som "god", "nydelig", "perfekt til..."
- Irrelevante opplysninger om at ølet passer "en varm sommerdag", "ved peisen" osv.

#### Bilder som tillates er:

- Packshots (flaske / boks) med etikett på nøytral, ensfarget bakgrunn.
- Bilder av drikkene i glass med nøytral, ensfarget bakgrunn.

#### Bilder som ikke tillates:

- Bilder som fremhever enkelte produkter framfor andre, f.eks. ved størrelsen på bildet.
- Flasker, glass og bokser med dugg eller andre dekorelementer (natur, humle, byggaks, mennesker etc.)
- Fremheving av enkeltprodukter, f.eks. produktnyheter på Home Page eller andre steder på hjemmesiden.

#### Særlige vilkår:

- Alkoholholdig drikk kan ikke framheves. Hvis alkoholfrie drikker inngår i porteføljen, må de presenteres på samme måten.
- Det skal opplyses om allergener, nettoinnhold og alkoholinnhold i tråd med Matinformasjonsforskriften.
- Hvis næringsdeklarasjon og ingrediensliste foreligger, bør dette oppgis.
- Alle sider med produktomtale / bilder må inneholde følgende advarselstekst: «**Bruk av alkohol kan gi ulike skadevirkninger. Nærmere informasjon finner du her:** <https://helsenorge.no/rus-og-avhengighet/alkohol/alkoholens-virkning-pa-kroppen>»

#### **Unntak 15: FORHÅNDBESTILLING AV TAXFREE-VARER**

Ved forhåndsbestilling av alkoholholdig drikk for utlevering på utenlands flyreiser: Nøkterne produkt- og prisopplysninger som grunnlag for bestillingen dersom informasjonen kun er tilgjengelig for reisende som har bedt om å få denne informasjonen. Det kan på nøktern måte også opplyses til reisende at de kan be om denne informasjonen.

Unntaket omfatter nøkterne produkt- og prisopplysninger på hjemmesidene til fly- og charterselskaper, samt kataloger som sendes pr. post og epost. Sosiale medier omfattes ikke. For fergeselskaper med taxfree-salg, gjelder de samme bestemmelsene som under pkt. 13. (Hjemmesiden til salgs- og skjenkesteder).

Informasjonen skal kun være tilgjengelig for reisende som har bedt om å få den.

**Bilder og illustrasjoner av alkohol er ikke tillatt.**



### **Unntak 16: MESSER, FESTIVALER, OMVISNINGER, KURS OG FOREDRAG**

På messer, festivaler, omvisninger, kurs og foredrag som omhandler alkoholholdig drikk: Nøkterne produktspesifikke faktaopplysninger om råvarer, tilvirkning, duft, smak, farge, serveringsmåte, oppbevaring bruksområder og forhandlere, herunder produktbilder på nøytral bakgrunn, Det kan også opplyses om hjemmesider med slik produktinformasjon, jf. denne bestemmelsens nr. 13 og 14.

Området hvor opplysninger etter første ledd første punktum gis, må være tydelig avgrenset uten tilgang for personer under 18 år. Det kan gis nøkterne opplysninger som er nødvendige for å gjøre slike arrangementer og innholdet i arrangementene kjent. Bilder eller illustrasjoner som framstiller alkoholholdig drikk og opplysninger om firmamerker eller produkter er ikke tillatt. Opplysninger om spesifikke produsenter og grossister er kun tillatt på arrangementets hjemmeside.

Unntaket omfatter nøkterne, produktspesifikk faktaopplysninger og bilder på nøytral bakgrunn i forbindelse med arrangementer hvor informasjon om alkoholholdig drikk er temaet eller begrunnelsen for arrangementet. Det må fremkomme tydelig for forbrukeren at det vil gis informasjon om alkohol på arrangementet. Arrangementet må foregå på et avgrenset område og kun ha adgang for personer over 18 år.

På slike arrangementer kan de enkelte kommuner gi enkeltprodusenter adgang til å selge sine produkter direkte til forbruker fra egne stands.

Smaksprøver er tillatt, men det kreves skjenkebevilling. Den enkelte kommune avgjør hvorvidt bevillingen skal gis selve arrangementet eller den enkelte utstiller. Smaksprøver kan inngå i inngangsbilletten, men **gratis smaksprøver er ikke tillatt, heller ikke smaksprøver til en symbolsk pris.**

Arrangementer som omfattes er:

- Mat- og drikkefestivaler.
- Mat og drikkemesser.
- Øl- og vinkurs.
- Omvisninger på bryggeri, forutsatt at bryggeriet har kommunal skjenkebevilling.

Musikkfestivaler, ferie- og fritidsmesser og andre evenementer som ikke er direkte knyttet til informasjon om alkohol, omfattes ikke av unntaket. Oktoberfester og tilsvarende arrangementer som har mer preg av fest og underholdning enn informasjon, omfattes heller ikke.

På arrangementets egen hjemmeside (jfr. pkt. 13 og 14) kan det opplyses om hvilke produsenter og grossister som deltar.

Det kan også gis informasjon om arrangementet i annonser (tema, program, sted, åpningstider og lenke til arrangementets hjemmeside), men i annonser tillates ikke bilder / illustrasjoner av alkoholholdig drikk eller opplysninger om enkeltprodukter.

### **Unntak 17: REKLAME FOR VARER OG TJENESTER MED SAMME NAVN SOM ALKOHOLHOLDIG DRIKK DERSOM BRANDET ER ET PERSONNAVN**

Reklame for andre varer og tjenester med samme navn som alkoholholdig drikk, dersom navnet på den alkoholholdige drikken er produsentens eget personnavn. Det er også tillatt å bruke personnavnet på en merkevare for alkoholholdig drikk selv om personnavnet også brukes på merkevarer for andre varer eller tjenester.

Den alkoholholdige drikken må ha et eget distinkt varemerke og etikett/emballasje må ikke gi klare assosiasjoner til de andre varene og tjenestene ved bruk av ord og ordforbindelser, herunder slagord, navn, bokstaver, tall, figurer, form og avbildninger.

Dette unntaket omhandler produkter som er oppkalt etter kjendiser og andre personer, f.eks. "Ari Behn-vin", "Louis Jacoby-øl". Det er tillatt, forutsatt at personen er produsent eller medprodusent av produktet. Det vil da fortsatt være tillatt å reklamere for andre varer som bærer kjendisens navn.

På etiketten kan det ikke brukes designgrep eller formuleringer som kan assosieres til andre produkter som brandes av den samme kjendisen. Hvis etiketten f.eks. inneholder mønstre, symboler, logoer, farger, fonter eller annet som kan assosieres med Kari Traas kleskolleksjon, blir det også forbudt å reklamere for kleskolleksjonen.

Man kan ikke bruke personnavn som brand kun i markedsføringsøyemed.

### **Unntak 18: ETIKETTER OG EMBALLASJE**

Særlig merking for generelle merkeordninger på etiketten eller emballasjen til alkoholholdig drikk, når merkingen dokumenterer at produkter som bærer merkingen, oppfyller særlige krav til produksjonsmåte, opprinnelse eller innhold.

Etiketter kan merkes med symboler for norske og utenlandske merkeordninger av typen Matmerk, som omfatter "Spesialitet – Unik smak", "Beskyttet geografisk betegnelse" og "Økologisk".

Slike betegnelser kan også framgå av hyllekantmerking, hvis det ikke framheves framfor andre opplysninger. Vippetasser er ikke tillatt.

Merking med norske og internasjonale priser, f.eks. "Årets øl – Det norske måltid" eller terningkast er ikke tillatt.

### **Unntak 19: BRUK AV FIRMANAVN VED SPONSING**

Nøktern bruk av samme firmanavn eller firmamerke som alkoholholdig drikk ved sponsing av ideelle formål og hvor sponsors markedsføringsøyemed er uvesentlig. Slik merking kan kun gis en tilbaketrasket plassering på informasjonsmateriell for det formålet som sponses.

Adgangen til å bruke firmanavn ved sponsing er svært begrenset:

- Omfatter kun ideelle formål, dvs. frivillig virksomhet som ikke tilbyr et kommersielt produkt eller tjeneste.
- Firmanavnet kan kun framgå i informasjonsmateriell (annonser, hjemmesider, program og plakater) fra den som blir sponset, ikke den som sponser.
- Firmanavn / logo må være nøktern og tilbaketrasket og ikke framheves framfor andre sponsorer.
- **Firmanavn / logo kan ikke brukes på sportsdrakter, arenareklame, reklamemateriell osv.**
- Det er tillatt å sponse kommersielle og ikke-ideelle arrangementer som lanseringsfester, motevisninger, konserter og festivaler, men **det er forbudt å informere om slik sponsing f.eks. i annonser og på plakater.**

### **Unntak 20: FIRMANAVN / LOGO SOM NAVN PÅ SKJENKESTEDET**

Firmanavn eller firmamerke for alkoholholdig drikk som navn på skjenkestedet når tilvirkningen av drikken skjer ved skjenkestedet.

Unntaket gjelder kun enkeltpuber/ skjenkesteder som har egen produksjon.

Det innebærer at f.eks. Ægirs bryggeripub i Flåm fortsatt kan hete Ægir, så lenge det brygges øl i pubens eget bryggeri.

Unntaket omfatter skjenkesteder med:

- Kommunal skjenkebevilling med utvidet rett til tilvirking.
- Skjenkesteder med kommunal skjenkebevilling og statlig tilvirkingsbevilling hvor tilvirkningen foregår ved skjenkestedet.
- Tilvirking som en del av stedets helhetlige karakter og serveringstilbud.

Det er ikke tillatt å etablere en kjede men skjenkesteder under samme bryggerinavn, med mindre bryggeriets produkter produseres på hvert enkelt sted. I prinsippet kan altså Ringnes etablere en pubkjede under eget merkenavn – under én forutsetning: Hver enkelt pub må brygge Ringnes-øl.